

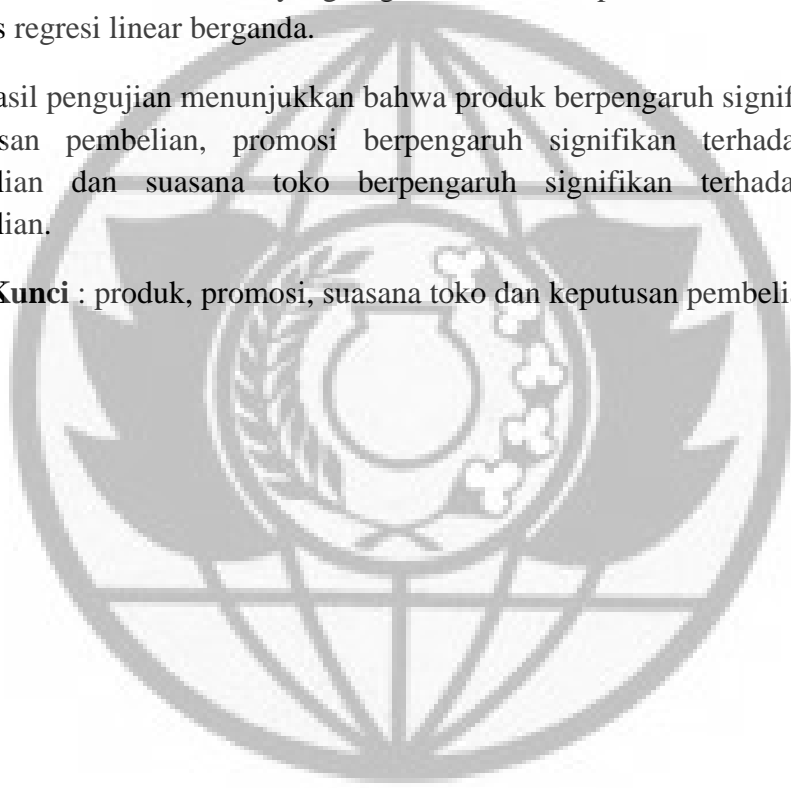
INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pembelian, promosi terhadap keputusan pembelian, dan suasana toko terhadap keputusan pembelian.

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian di Hypermart Royal Plasa Surabaya. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *accidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linear berganda.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan suasana toko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : produk, promosi, suasana toko dan keputusan pembelian.



ABSTRACT

This research aimed to find out the effect of product on buying decision at Hypemart Royal Plaza Surabaya, effect of promotion on buying decision at Hypemart Royal Plaza Surabaya and effect of store atmosphere on buying decision at Hypemart Royal Plaza Surabaya.

The population were consumers of Hypermart Royal Plaza Surabaya. While, the sampling collection technique was accidental sampling. The numbers of samples of this research are 100 people. The data collection was done through questionnaires. Moreover, the data analysis technique used multiple regression linier.

The result of the research shows that product gives significant influence to the buying decision. The result of other tests shows that promotion gives significant influence to the buying decision. The result of sobel test shows thatstore atmosphere is significant influence to the buying decision

Keywords: product, promotion, store atmosphere, buying decision

